

**IDENTIFIKASI MAKNA REFERENSIAL DAN NON-REFERENSIAL
IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI TELEVISI DAN
RELEVANSINYA SEBAGAI SUMBER BAHAN AJAR BAHASA
INDONESIA DI SMA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan**

Oleh:

MAYA NOFITA SARY

A310140129

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**IDENTIFIKASI MAKNA REFERENSIAL DAN NON-REFERENSIAL
IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI TELEVISI DAN RELEVANSINYA
SEBAGAI SUMBER BAHAN AJAR BAHASA INDONESIA DI SMA**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

MAYA NOFITA SARY

A310140129

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Drs. Agus Budi Wahyudi., M Hum

NIDN: 0618086001

HALAMAN PENGESAHAN

**IDENTIFIKASI MAKNA REFERENSIAL DAN NONREFERENSIAL
IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI TELEVISI DAN RELEVANSINYA
SEBAGAI SUMBER BAHAN AJAR DI SMA**

OLEH

MAYA NOFITA SARY

A310140129

**Yang dipersembahkan di depan dewan Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
pada hari Jumat, 26 April 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat:**

Dewan Penguji

1. Agus Budi Wahyudi, Drs., M.Hum (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Drs. Andi Haris Prabawa, M.Hum (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Prof. Dr. Abdul Ngalim, M.Hum. (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,


Harun Joko Prayitno, Prof., Dr., M Hum
NIM 1906504281993031001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 26 April 2019

Penulis



MAYA NOFITA SARY

A310140129

IDENTIFIKASI MAKNA REFERENSIAL DAN NONREFERENSIAL IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI TELEVISI DAN RELEVANSINYA SEBAGAI SUMBER BAHAN AJAR BAHASA INDONESIA DI SMA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan (1) Mendeskripsikan bentuk kata yang bermakna referensial pada iklan produk kecantikan di televisi (2) Mendeskripsikan bentuk kata yang bermakna non-referensial pada iklan produk kecantikan di televisi (3) Mendeskripsikan relevansi hasil penelitian sebagai sumber bahan ajar pembelajaran bahasa Indonesia di SMA. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dengan teknik dokumentasi, teknik simak dan catat. Mendapatkan hasil penelitian yang kredibel. Langkah selanjutnya data diklasifikasikan dalam makna referensial dan makna nonreferensial. Hasil penelitian yang terdapat dalam iklan produk kecantikan di televisi: (1) Bentuk kata yang mengandung makna referensial dalam iklan yaitu, (a) kata dasar (tunggal), (b) kata majemuk, (c) kata turunan. (2) Bentuk kata yang mengandung makna nonreferensial dalam iklan yaitu (a) kata konjungsi, (b) kata preposisi, (c) kata deiksis. (3) bentuk kata yang bermakna referensial dan nonreferensial sebagai sumber bahan ajar penelitian ini sesuai dengan kriteria bahan ajar yang terdapat di SMA salah satunya pada bahan ajar tentang teks iklan untuk kelas XII.

Kata kunci: semantik, makna, makna referensial, makna nonreferensial, iklan produk kecantikan, televisi

Abstract

This study aims to (1) describe the form of referential meaningful words on beauty product advertisements on television (2) describe the form of words that are non-referential meaningful on beauty product advertisements on television High school Data collection techniques in research with documentation techniques, techniques refer to and note. Get the results of credible research. The next step of the data is classified in referential meaning and non-inferential meaning. The results of the research contained in the advertisement of beauty products on television: (1) Words that contain referential meanings in advertisements, namely (a) basic words (singular), (b) compound words, (c) derivative words (2) Forms of words that contain nonreferential meanings in advertisements are (a) conjunctions, (b) prepositional words, (c) deixis words. (3) the form of referential and non-referential meaning words as the source of teaching material for this study is in accordance with the criteria for teaching materials found in high school, one of which is teaching materials about ad text for class XII.

Keywords: semantics, meaning, referential meaning, non-inferential meaning, advertisement of beauty products, television

1. PENDAHULUAN

Setiap hubungan kata dengan makna tidak ada hubungan wajib antara deretan fonem pembentuk kata dengan maknanya. Pada era globalisasi bahasa berperan dalam kehidupan bersosial. Menurut Pateda (2010:11) bahasa merupakan suatu gejala sosial yang digunakan

untuk berkomunikasi antara sesama manusia. Sebagai suatu gejala sosial dibedakan penggunaan bahasa sesuai tujuannya sebagai alat komunikasi. Iklan salah satu alat komunikasi dalam wujud informasi baik berupa barang maupun jasa kepada calon konsumen.

Duranti (dalam Rianandita, 2017:120) mengatakan bahwa iklan merupakan pemusatan, penciptaan dan pengolahan terhadap makna-makna yang lebih luas. Oleh karena itu, semakin cerdasnya konsumen mengakses informasi, maka mendorong perusahaan membuat benar, menarik, dan efektif. Iklan dibuat untuk memberikan daya pikat agar konsumen tertarik dengan produk yang diedarkan. Dalam penelitian iklan produk kecantikan di televisi, peneliti tertarik meneliti mengenai penggunaan makna referensial dan nonreferensial yang terdapat pada iklan. Makna referensial salah satu jenis makna yang mengacu pada satuan bahasa, sedangkan makna nonreferensial adalah makna satuan bahasa yang tidak berdasarkan acuan tertentu.

Oleh karena itu, lewat keunikan bahasa yang disampaikan iklan produk kecantikan melalui televisi layak dikaji lebih mendalam. Dalam penelitian iklan produk kecantikan di televisi, peneliti tertarik meneliti mengenai penggunaan makna referensial dan non-referensial yang terdapat pada iklan. Makna referensial salah satu jenis makna yang mengacu pada satuan bahasa, sedangkan makna nonreferensial adalah makna satuan bahasa yang tidak berdasarkan acuan tertentu. sehingga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber bahan ajar di SMA.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskripsi kualitatif. Artinya, data yang telah ditemukan diidentifikasi dan diklarifikasikan terhadap makna semantik pada iklan produk kecantikan di televisi yang sebelumnya telah diolah dalam bentuk tulisan terlebih dahulu. Setelah itu, menyimpulkan hasil analisis dengan tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan makna referensial dan nonreferensial pada iklan produk kecantikan sebagai sumber bahan ajar bahasa Indonesia di SMA.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang berwujud kalimat. Oleh karena itu data dalam penelitian ini adalah ungkapan, dan kalimat yang terkait dengan makna referensi dan nonreferensi dalam iklan produk kecantikan di televisi. Data-data

yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari media massa elektronik televisi yaitu iklan produk kecantikan yang mencakup semua saluran televisi swasta di Indonesia yakni RCTI, SCTV, INDOSIAR, ANTV, MNC TV, TRANS TV, dan GLOBAL TV.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik dokumentasi, teknik simak dan teknik lanjutan yaitu teknik catat. teknik dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang ditunjukkan kepada subjek penelitian untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih kredibel atau dapat dipercaya. Teknik simak merupakan teknik penyediaan data dengan cara peneliti melakukan penyimakan penggunaan bahasa, sedangkan teknik catat adalah teknik lanjutan simak yaitu dengan mencatat hasil penyimakan baik secara tertulis maupun lisan iklan produk kecantikan di televisi. Dalam teknik analisis ini untuk mendukung penelitian, digunakan metode agih dan dilanjutkan dengan metode padan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dalam iklan produk kecantikan di televisi diperoleh hasil penelitian berupa: 1) terdapat 3 bentuk kata yang mengandung makna referensial, (a) 44 kata dasar (tunggal), (b) 5 kata majemuk, (c) 2 kata turunan. 2) terdapat 3 bentuk kata yang mengandung makna nonreferensial, yaitu (a) 27 kata konjungsi, (b) 9 kata preposisi, (c) 4 kata deiksis, dan 3) relevansi iklan produk kecantikan sebagai sumber bahan ajar di SMA.

3.1 Kata yang Mengandung Makna Referensial dalam Iklan Produk Kecantikan di Televisi

Iklan produk kecantikan di televisi ini terdapat kata iklan produk kecantikan Pons, Biore, Garnier, Citra, Marina, Fair & Lovely, Nivea, Natur-E, dan beberapa iklan yang lainnya yang mengandung makna referensial.

3.1.1 Iklan Pons X Maudy Ayunda Limited Edition.

Kata **Kulit** mengacu pada lapisan paling luar tubuh. Dijelaskan bahwa “Pons Maudy Ayunda Limited Edition diciptakan untuk bisa memenuhi kebutuhan **kulit** supaya terus cerah dan *glowing*”.

Facial Foam/sabun muka mengacu pada bahan yang dapat berbuih, digunakan untuk membersihkan. Dijelaskan bahwa *Pons Maudy Ayunda Limited*

Edition adalah sejenis **sabun muka** yang digunakan untuk membersihkan kulit wajah sehingga tampak lebih cerah dan *glowing*.

3.1.2 Iklan Biore Women Facial Foam (Stephanie Poetry)

Kata **wajah** mengacu pada bagian dari tubuh manusia yang terletak pada bagian depan dari kepala. Dijelaskan pada kalimat, *“untuk menunjukkan perasaan kita dapat dilihat dari **wajah** kita. Oleh karena itu, biore Facial Foam baru diciptakan dengan busa lembut yang membersihkan kulit dan gak bikin kering sehingga Kulitmu jadi lembab bersinar, hadapi kejutan hidup dengan memilih skin scere, why not biore”*.

Kata **busa** mengacu pada gelembung-gelembung putih kecil-kecil yang berasal dari sabun. Dijelaskan pada kalimat, *“**busa** yang terdapat dalam biore Facial Foam baru dapat membersihkan kulit dan gak bikin kering sehingga Kulitmu jadi lembab bersinar”*.

3.1.3 Iklan Garnier Light Complete Yuzu (Kusam ft. Chelsea Islan)

Kata **Vitamin C** mengacu pada sejenis vitamin yang larut dalam air. Dikatakan bahwa *“**vitamin C** yang terdapat pada buah lemon yuzu dapat tiga kali lebih banyak cepat cerahin kusam dari dalam”*.

Kata **Rupiah** mengacu pada Sejenis mata uang (mata uang indonesia). Dalam iklan *Garnier* dikatakan bahwa *“dengan 3000 rupiah kita dapat mendapatkan Garnier light complete Saset ekonomis”*.

3.1.4 Iklan Fair & Lovely Facial Foam-Glow (Jesicca Mila)

Kata **Sabun** mengacu pada bahan yang dapat berbuih, digunakan untuk mandi, mencuci pakaian, piring, dan sebagainya. Hal ini dijelaskan dalam kalimat, *“sabun digunakan sebagai cuci muka namun wajah enggak glowing juga”*.

Kata **Multi-Vitamin** mengacu pada vitamin yang banyak yang terdapat pada produk tersebut. Dalam iklan *Fair & Lovely Facial Foam-Glow* dijelaskan bahwa *“Fair & lovely facial foam mengandung **mulit-Vitamin** sehingga membuat wajah glowing seketika”*.

3.1.5 Iklan Citra Natural Glowing White UV (Fabby Restanti)

Kata **Perempuan** mengacu pada Manusia yang dapat hamil dan melahirkan anak. Kata **perempuan** dalam iklan *Citra Natural Glowing White UV* merujuk pada *“dua*

orang perempuan yang sedang bergosip mengenai kulit Febby yang nampak cerah dan bening bercahaya”.

Kata **UV (Ultraviolet)/Ultraungu** mengacu pada bagian energi yang berasal dari matahari. Kata **UV (Ultraviolet)/Ultraungu** merujuk pada bagian nama produk yang dikeluarkan Citra.

Kata **Greentea** mengacu pada Sejenis teh yang berwarna hijau. merujuk pada *kandungan yang terdapat pada Citra Natural Glowing White UV*. Dijelaskan bahwa *“dengan 100% natural ekstra bengkowang dan greentea alami, baru citra natural glowing white UV, meresap ke dalam untuk kulit tampak bening cerah terasa lebih kenyal, bening bercahaya”.*

3.1.6 Iklan Marina Hydro Cool Gel Lotion (versi Raih Mimpi)

Kata **Lotion/losion** mengacu pada zat atau cairan yang digunakan untuk melembabkan kulit. Kata **lotion** mengacu pada *produk yang diiklankan Marina Hydro Cool Gel Lotion* dijelaskan bahwa *“Marina cool gel lotion jelly, dengan sensasi dingin, tidak lengket, dan cepat meresap. Melindungi kulitku agar siap mengejar mimpi”.*

Kata **Indonesia** mengacu pada Nama negara. Kata **Indonesia** mengacu pada *perempuan yang tinggal di Indonesia*. Hal ini dijelaskan pada kalimat *“seluruh perempuan di Indonesia memilih Marina sebagai salah satu merek handbody lotion nosatu di Indonesia”.*

3.1.7 Iklan Wardah Instaperfect (Ralin Syah)

Kata **detik** mengacu pada satuan waktu. Kata **detik** menjelaskan bahwa *untuk mendapatkan tampilan sempurna, ringan, dan lembut, terlindungi hanya dalam hitungan detik*. Jadi dengan menggunakan produk *Wardah Instaperfect for and stop probleme* tidak butuh waktu lama untuk tampil cantik.

3.1.8 Iklan Vaseline versi Mallika Kilgdonk

Kata **Polusi** mengacu pada jenis udara yang mengalami pencemaran. Kata **polusi** merujuk pada *asap kendaraan*. Dapat dilihat dari bintang iklan yang merasa tak nyaman dengan udara disekitarnya yaitu dari asap kendaraan.

Kata **Matahari** mengacu pada bagian dari titik pusat tata surya berupa bola berisi gas yang mendatangkan terang dan panas. Kata **matahari** merujuk pada

aktivitas bintang iklan dalam kesehariannya yang selalu terkena sinar matahari secara langsung.

3.1.9 Iklan NIVEA Whitening Silk Touch Deodorant Roll-on

Kata **Menit** mengacu pada satuan waktu. Iklan *NIVEA Whitening Silk Touch Deodorant Roll-on* menjelaskan dengan menggunakan produk kecantikan tersebut ketiak akan kering hanya dalam beberapa **menit**.

Kata **Ketiak** mengacu pada bagian tubuh manusia yang terletak diantara pangkal lengan dan badan. Dijelaskan bahwa untuk mencerahkan serta membuat **ketiak** lembut gunakan *NIVEA Whitening Silk Touch Deodorant Roll-on*.

3.1.10 Iklan Clean & Clear versi Curi-curi Cek

Kata **Jerawat** mengacu pada suatu bercak kecil yang membengkak pada kulit yang berisi lemak (nanah) terutama pada muka. Dalam iklan *Clean & Clear versi Curi-curi Cek* dijelaskan bahwa **jerawat** sangat mengganggu aktivitas remaja karena kurang pede.

Kata **Bakteri** mengacu pada sejenis makhluk hidup terkecil bersel tunggal. Dalam iklan *Clean & Clear versi Curi-curi Cek* untuk menghilangkan **bakteri** yang ada dalam muka digunakan *Clean & Clear face wash* dengan busa melimpah dapat membantu 99,8% melawan bakteri.

3.1.11 Iklan Natur-E versi Beda Usia Sama Cantiknya

Kata **Muda** mengacu pada usia yang belum cukup umur atau masih remaja. Kata **Muda** merujuk pada salah satu “*bintang iklan yang masih muda atau remaja*”.

Kata **Flek** merupakan bintik-bintik atau bercak pada permukaan sesuatu baik benda, bidang, ataupun wajah. Kata **Flek** merujuk pada bercak pada wajah usia dewasa yang mengalami perubahan karena bertambahnya usia. Sehingga mengakibatkan timbulnya **Flek** dalam wajah mereka.

3.1.12 Iklan PIXY Two Way Cake Cover Smoth (Mikha Tambayong)

Kata **Wajah** merupakan bagian dari tubuh manusia yang terletak pada bagian depan dari kepala. Kata **Wajah** merujuk pada *bukti dari kekuatan produk kecantikan PIXY Two Way Cake Cover Smoth*, Hal ini dijelaskan pada penggalan kalimat “*dengan menggunakan produk tersebut menjadikan wajah nampak lebih licin dan halus, seperti baru habis pakai make up terus*”.

Kata **Make up (dandan)** merupakan hasil dari kegiatan merias. kata **Make up (dandan)** mengacu pada *wajah*. Hal ini dijelaskan pada penggalan kalimat “*menggunakan PIXY Two Way Cake Cover Smoth akan menjadikan wajah nampak lebih licin dan halus, seperti baru habis pakai Make up (dandan) terus*”.

3.1.13 Iklan Maybelline NEW YORK The Powder Mattes Lipstick

Kata **New York** mengacu pada nama kota terpadat di negara Amerika Serikat. Kata **New York** mengacu pada “*nama merek yang tertera pada produk iklan Maybelline tersebut*”.

Kata **Lipstik** merupakan suatu pewarna yang digunakan untuk bagian tubuh yaitu bibir. Kata **Lipstik** mengacu pada “*produk baru yang diluncurkan oleh Maybelline*”.

Kata **Pigments (pewarna)** merupakan sejenis pewarna. Dalam iklan *Maybelline NEW YORK The Powder Mattes Lipstick* kata **pigments** mengacu pada “*jenis-jenis warna lipstik yang diproduksi oleh Maybelline*”.

3.1.14 Iklan Dove Invisible Dry Deorant

Kata **Designer** merupakan Seorang perancang yang merancang sesuatu. Kata tersebut merujuk pada “*penawarang yang diberikan kepada konsumen yang mau mencoba menggunakan deodoran, yang mana akan mendapatkan baju designer secara gratis*”.

Kata **deodoran** merupakan zat atau cairan untuk menghilangkan bau kurang sedap pada ketiak yang disebabkan oleh keringat. Dalam iklan *Dove Invisible Dry Deorant* kata **deodoran** merujuk pada produk baru yang dibuat oleh *Dove*.

3.2 Kata yang Mengandung Makna Nonreferensial dalam Iklan Produk Kecantikan di Televisi

Makna nonreferensial merupakan kebalikan dari makna referensial. Jika dalam makna referensial diharuskan dalam kalimat atau kata tersebut memiliki acuan namun sebaliknya, dalam makna nonreferensial merupakan makna yang tidak memiliki acuan. Misalnya dalam kata sambung (konjungsi) dan preposisi. Kata-kata yang memiliki acuan namun tidak menetap pada satu kalimat atau dapat berpindah dari satu kalimat yang lainnya termasuk ke dalam makna nonreferensial. Kata-kata seperti ini disebut sebagai kata deiktis.

Iklan produk kecantikan di televisi terdapat pula kata yang mengandung makna nonreferensial.

3.2.1 Iklan Pons X Maudy Ayunda Limited Edition.

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, dan, pun, supaya, untuk, terus**). Kata tersebut termasuk kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**dari**). Kata **dari** termasuk ke dalam makna nonreferensial. Kata tersebut merujuk pada *kepribadian cewek dalam iklan*, namun artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

Adanya kata deiktis (**aku, kita, itu, ini**). Kata **aku, kita, itu, ini** termasuk ke dalam makna nonreferensial. Kata **Aku** merujuk pada *Maudy Ayunda*, kata **Kita** merujuk pada *cewek-cewek yang dibicarakan dalam iklan*, kata **itu** merujuk pada *kepribadian cewek dalam iklan*, kemudian kata **ini** merujuk pada *nama produk yang diiklankan Pons X Maudy Ayunda Limited Edition*. Namun kata-kata tersebut artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

3.2.2 Iklan Biore Women Facial Foam (Stephanie Poetry)

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, dan, terus, kayak, gak, dengan, atau, jadi, saat**). Kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**di**). Kata **di** termasuk ke dalam makna nonreferensial. Kata tersebut merujuk pada *wajah*, Namun artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

Adanya kata deiktis (**kamu**). Kata **kamu** termasuk ke dalam makna non-referensial. **Kamu** dalam iklan merujuk pada *konsumen* yang melihat iklan tersebut.

3.2.3 Iklan Garnier Light Complete Yuzu (Kusam ft. Chelsea Islan)

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, hanya, biar, buat, sejak, gak, dengan, jadi, saat**). Kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna non-referensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**dalam**). Kata **dalam** termasuk kata bermakna nonreferensial. Kata tersebut merupakan preposisi, namun dalam iklan lebih merujuk pada *bagian yang di dalam (bagian dalam tubuh)*.

3.2.4 Iklan Fair & Lovely Facial Foam-Glow (Jesicca Mila)

Adanya kata sambung atau konjungsi (**hanya, dengan, so (jadi), juga**). Kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

3.2.5 Iklan Citra Natural Glowing White UV (Fabby Restanti)

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, juga, untuk, dengan**). Kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**ke dalam**). Kata **ke dalam** termasuk makna nonreferensial. Kata tersebut merupakan preposisi, namun dalam iklan lebih merujuk pada *bagian yang di dalam (bagian dalam tubuh)*.

3.2.6 Iklan Marina Hydro Cool Gel Lotion (versi Raih Mimpi)

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, dan, selalu, dengan, pun, agar, saat**). Dalam iklan *Marina Hydro Cool Gel Lotion* kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata deiktis (**-ku**). Kata **-ku** dalam kata *ku siapkan, kulitku* termasuk ke dalam makna non-referensial karena kata tersebut merujuk pada *tokoh aku yaitu bintang iklan dalam iklan Marina Hydro Cool Gel Lotion*.

3.2.7 Iklan Wardah Instaperfect (Ralin Syah)

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, dan, terus, hanya, selalu, jadi**). Dalam iklan *Wardah Instaperfect* kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**dalam**). Kata **dalam** termasuk makna non-referensial. Kata tersebut merujuk pada *petunjuk yang menunjukkan bahwa produk kecantikan ini butuh waktu singkat untuk menunjukkan tampil sempurna, ringan, dan lembut, terlindungi*. Namun artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

Adanya kata deiktis (**aku**). Kata **aku** termasuk makna non-referensial. Kata **aku** dalam iklan merujuk pada *tokoh aku yaitu bintang iklan dalam iklan Wardah Instaperfect Ralin Syah*.

3.2.8 Iklan Vaseline versi Mallika Kilgdonk

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, dan, namun, dapat, jadi, dengan**). Dalam iklan *Vaseline versi Mallika Kilgdonk* kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**dari**). Kata **dari** termasuk ke dalam makna nonreferensial. Kata tersebut merujuk pada *petunjuk yang menunjukkan bahwa produk kecantikan ini mewujudkan keinginan konsumen agar kulit sehat dan cerah*. Namun artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

Adanya kata deiktis (**Ia, itulah**). Kata **Ia** dan **itulah** termasuk ke dalam makna nonreferensial. Kata **Ia** merujuk pada *para konsumen yang menggunakan produk kecantikan vaseline healthy white*. Kata **itulah** merujuk pada *keunggulan produk kecantikan vaseline healthy white*.

3.2.9 Iklan NIVEA Whitening Silk Touch Deodorant Roll-on

Adanya kata sambung atau konjungsi (**yang, dan, akan, jadi**). Dalam iklan *NIVEA Whitening Silk Touch Deodorant* kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata deiktis (**-nya**). Kata **-nya** dalam kata vitamin-**Cnya** termasuk ke dalam makna nonreferensial. Kata **-nya** merujuk pada *kandungan vitamin C yang terdapat pada produk kecantikan NIVEA Whitening Silk Touch Deodorant*.

3.2.10 Iklan Clean & Clear versi Curi-curi Cek

Adanya kata sambung atau konjungsi (**dan, lagi, dengan, &**). Dalam iklan *Clean & Clear versi Curi-curi Cek* kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

3.2.11 Iklan Natur-E versi Beda Usia Sama Cantiknya

Adanya kata sambung atau konjungsi (**dan, untuk**). Kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**dari dalam, di**). Kata **dari dalam** dan **di** termasuk makna nonreferensial. Kata **dari dalam** merujuk pada *bagian dalam tubuh manusia*, dalam produk kecantikan ini dijelaskan bahwa “*natur-E skin*

science dibuat untuk perawatan kulit **dari dalam** maupun luar tubuh”. Namun artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

Adanya kata deiktis (**saya, -ku**). Kata **saya** termasuk makna nonreferensial. Kata **saya** merujuk pada *tokoh wanita dewasa* dalam iklan *natur-E skin science*, kemudian **-ku** dalam kata **untukku** merujuk pada *tokoh wanita muda dan dewasa muda* dalam iklan *natur-E skin science*.

3.2.12 Iklan PIXY Two Way Cake Cover Smoth (Mikha Tambayong)

Adanya kata sambung atau konjungsi (**dan, dengan, terus, seperti**). Dalam iklan *PIXY Two Way Cake Cover Smoth* kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**ke**). Kata **ke** termasuk dalam makna non-referensial. Kata **ke** merujuk pada *petunjuk yang menunjukkan bahwa semua pandangan akan auto fokus ke kamu setelah menggunakan produk kecantikan ini*. Namun artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

Adanya kata deiktis (**kamu, wajahmu, semua**). Kata **kamu, -mu** dalam kata **wajahmu**, dan **semua** termasuk makna nonreferensial. Kata **kamu** merujuk pada *para konsumen yang menggunakan produk kecantikan pixy Two Way Cake Cover Smoth*. Kata **semua** merujuk pada *orang-orang yang melihat hasil dari pemakaian produk kecantikan pixy*.

3.2.13 Iklan Maybelline NEW YORK The Powder Mattes Lipstick

Adanya kata sambung atau konjungsi (**dan, dengan, dapatkan, seperti**), selain itu dalam kata sambung atau konjungsi dalam bahasa inggris (**is,it**). Kata-kata tersebut termasuk ke dalam kata yang bermakna nonreferensial karena setiap kata tidak memiliki acuannya sendiri.

Adanya kata preposisi atau kata depan (**dari, dalam**). Kata **dari** dan **dalam** termasuk makna nonreferensial. Kata **dari** merujuk pada “petunjuk yang menunjukkan bahwa produk kecantikan ini mewujudkan keinginan konsumen agar kulit sehat dan cerah”. Namun artinya akan berbeda jika terletak pada kalimat yang berbeda pula.

3.2.14 Iklan Dove Invisible Dry Deorant

Adanya kata preposisi atau kata depan (**dari, di**). Kata **dari** merujuk pada *“asal produk yang digunakan sebagai tesser”*. Hal ini dijelaskan pada kalimat *“Ini deodorant apa sih?, Baru dari invisible dry dove. Ini dari Dave?”*. Kata **di** merujuk pada *warna pakaian*. Hal ini dijelaskan pada kalimat *“Deodoran pertama yang terbukti tidak meninggalkan noda di 100 warna pakaian”*. Namun kedua kata tersebut akan memiliki arti yang berbeda jika diletakkan pada kalimat yang berbeda pula.

Adanya kata deiktis (**aku, mereka**). Kata **aku** merujuk pada *salah satu konsumen yang ditawarkan produk tersebut*. Hal ini dijelaskan dalam kalimat *“Ini buat aku ya?!? Deodoran pertama yang terbukti tidak meninggalkan noda di 100 warna pakaian. Thankyou Dove”*. Kata **mereka** juga merujuk pada *konsumen*. Hal ini dibuktikan pada kalimat *“Mereka harus memakai deodoran dulu”*. Namun kedua kata tersebut akan memiliki arti yang berbeda jika diletakkan pada kalimat yang berbeda pula

3.3 Relevansi Iklan Produk Kecantikan Sebagai Sumber Bahan Ajar untuk SMA kelas XII.

Hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu sumber bahan ajar pada pembelajaran siswa kelas XII SMA. Iklan produk kecantikan didapatkan bahan ajar berupa kata yang mengandung makna referensial dan nonreferensial yang sesuai dengan kompetensi dasar 3.4 tentang mengidentifikasi makna konotatif dan denotatif, gramatikal dan leksikal, kias dan lugas, makna referensial dan nonreferensial, makna umum dan khusus, perubahan makna, pergeseran makna kata dan hubungan makna kata. Kompetensi dasar tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan bahan ajar yang terdapat pada iklan produk kecantikan di televisi khususnya yang berkaitan dengan makna referensial dan nonreferensial.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pembahasan penelitian ini berupa pendeskripsian makna referensial dan nonreferensial yang terdapat dalam iklan produk kecantikan di televisi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Terdapat 51 kata yang mengandung makna referensial dalam iklan produk kecantikan di televisi yang telah penulis jabarkan dalam pembahasan.
- b. Terdapat 40 kata yang mengandung makna nonreferensial dalam iklan produk kecantikan di televisi yang telah penulis jabarkan dalam pembahasan.
- c. Selain itu, berkaitan tentang relevansinya sebagai sumber bahan ajar untuk SMA terdapat kompetensi dasar yang digunakan sebagai rujukan dalam membuat bahan ajar yaitu kompetensi dasar 3.4 tentang mengidentifikasi makna konotatif dan denotatif, gramatikal dan leksikal, kias dan lugas, makna referensial dan non-referensial, makna umum dan khusus, perubahan makna, pergeseran makna kata dan hubungan makna kata.

4.2 Saran

Sebagai penutup penelitian ini ada beberapa hal yang dapat penulis sarankan terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

- a. Bagi pembelajar bahasa agar lebih meningkatkan pengetahuan tentang pembendaharaan kata dan makna yang terkandung didalamnya, supaya dapat menangkap pesan dan isi iklan bahasa indonesia yang lebih baik.
- b. Bagi produsen atau pembuat iklan, supaya meningkatkan kualitas dari iklan serta membuat orang tertarik menggunakan produk atau jasa yang diiklankan.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan motivasi dan referensi penelitian supaya setelah peneliti melakukan penelitian ini muncul penelitian-penelitian baru sehingga dapat menimbulkan inovasi dalam linguistik

DAFTAR PUSTAKA

Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Moeleong, Lexi J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

- Pateda, Mansoer. (2010). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rienka Cipta.
- Sari, Rianandita Nanik. (2017). "Wonder if I Gave an Oreo: Analisis Etnolinguistik Terhadap Iklan Televisi." *Jurnal Rekam* 13(2): 119-126.
- Sudaryonto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- .